

Un sucre pour les amis de chevaux



Le marketing direct est l'outil marketing favori de Felix Bühler AG. Ses atouts: des mailings ludiques et surprenants.

Depuis 45 ans, Felix Bühler AG offre tout ce qui fait battre plus vite le cœur des amis des chevaux. La société compte aujourd'hui 120 collaborateurs, avec 14 magasins spécialisés dans tout le pays et de la vente par correspondance. Son point fort a été l'ouverture en 2010 d'une boutique Lifestyle à Lenzburg, un monde de découverte unique sur plus de 1200 m², comprenant un paddock pour des tests de monte, des présentations et des démonstrations. A chaque fois, les opérations de marketing direct sont particulières. «Grâce à ses possibilités de segmentation et de sélection et sa faible perte de diffusion, le marketing direct est notre outil de marketing préféré», nous confie Andrea Ibernini, directeur de Felix Bühler AG.

Idée

«Comme de nombreux cavaliers, notamment les propriétaires de chevaux, passent leurs vacances à la maison et que cette période est plutôt calme pour le commerce de détail, nous avons cherché la possibilité d'attirer ces personnes dans nos points de vente et de les inciter à faire des achats», dit M. Ibernini. C'était le but de notre mailing d'été, ludique et surprenant, avec des promotions d'un jour attrayantes, un cadeau, une glace gratuite et un jeu à gratter.

Réalisation

L'idée, la conception et le texte ont été réalisés à l'interne et la réalisation graphique en collaboration avec une agence. Pour que l'envoi soit remarqué, l'entreprise a choisi une enveloppe C4 en couleur, un texte personnalisé, un dépliant au format poster A1 et un prospectus A5 «45 ans Felix Bühler» dont les offres étaient également disponibles en vente par correspondance. «Une base de données bien peaufinée est à la base du succès», explique M. Ibernini. «En règle générale, nous prenons contact avec nos clients de manière très sélective.» 54 000 exemplaires en allemand et 11 000 en français ont ainsi été envoyés en courrier B le 14 juin 2011.

Réaction

Selon M. Ibernini, «le nombre de clients a augmenté de 72% par rapport à une période comparable». Tous les résultats sans exception ont été très satisfaisants et les réactions des clients positives.